

оновити свої основні засоби, або потребують їхнього негайного оновлення, і перед самими вітчизняними виробниками, що можуть запропонувати альтернативу імпортній продукції. Останні мають можливість не тільки реалізувати свою продукцію і втриматися на плаву у складні часи, а і, запропонувавши адекватний баланс ціни і якості, створити собі репутацію на майбутнє, коли вони закінчатся.

С.В. Гармаш, старший викладач НТУ «ХПІ»

ЗНАЧУЩІСТЬ ГУМАНІТАРНОГО ФАКТОРУ ПРИ АНАЛІЗІ СУЧАСНИХ ЕКОНОМІЧНИХ МОДЕЛЕЙ «ІНФОРМАЦІЙНОГО СУСПІЛЬСТВА»

Поняття «нова економіка» отримало широке розповсюдження в останні роки і має досить широке тлумачення з точки зору соціально-філософських та економічних парадигм сучасного суспільства. Різні вчені та дослідники по-різному називали це суспільство: «суспільство інформатики та зв'язку» (І. Нінілуто), «техносупільство» (Б. Гейтс), «постіндустріальне суспільство» (Д. Белл, В. Іноземцев), «інформаційне суспільство» (О. Тофлер та ін.), «електронно-цифрове суспільство» (Д. Тапскот) та ін. Не зважаючи на різні назви, є зазначення глобальності процесів, які відбуваються і значущості інформаційних технологій у сучасному суспільстві [1].

Однак, більшість моделей «інформаційного суспільства» мають суттєвий недолік, коли в них ототожнюються такі поняття, як «знання» та «інформація».

Знання - форма існування і систематизації результатів пізнавальної діяльності людини. Виділяють різні види знання: наукове, повсякденне (здоровий глузд), інтуїтивне, релігійне та інші. Знання у вузькому сенсі - дані, інформація. Знання протилежне незнанню, тобто відсутності перевіреної інформації про що-небудь [2].

Інформація - це нові відомості, які прийняті, зрозумілі і оцінені її користувачем як корисні, іншими словами, інформація - це нові знання, які отримує споживач (суб'єкт) у результаті сприйняття і переробки певних відомостей [2].

Тобто, поняття «знання» передбачає правдивість або неправдивість. І це є його головною якістю і цінністю. Виходячи з цього, слід зазначити, що у сучасних умовах інформаційна економічна модель повинна бути доповнена моделлю гуманітарного характеру, оскільки вартість будь-якої фірми у більшій мірі формують нематеріальні ресурси – ідеї, кваліфікація персоналу та ін. Суттєвою ознакою технологічної революції, за думкою М. Кастельса, є не центральна роль інформації, а застосування «... інформації до генерування думок та пристроїв, які обробляють інформацію та здійснюють комунікацію, у кумулятивній петлі зворотного зв'язку між інновацією і напрямками використання інновацій» [3, с. 51]. З точки зору гуманітарної концепції «нового суспільства», відповідно і у «новій економіці» головним видом капіталу становиться гуманітарний капітал, який грає домінуючу роль у вартісних механізмах.

Оскільки, у «новій економіці» субстанцією вартості все більш становиться гуманітарний фактор, то більшість моделей (постіндустріальна, інформаційна, гуманітарна) мають загальні риси у плані характеристики технологічного та економічного базису, які виражаються в поняттях «інформація», «послуги», «мережне суспільство» та ін. В гуманітарній моделі у якості пріоритетів виступають «людський капітал», «знання» та «послуги».

Щодо української моделі економічної модернізації, то вона повинна мати свою стратегію, ціль якої вважається в тому, що економічна ефективність, отримання прибутку не повинні суперечити соціальним пріоритетам – соціальній справедливості та гуманності. У новій економіці пріоритетними цінностями є знання, технології, інновації, кадри. Домінування інтелектуального, гуманітарного, культурного факторів являються головними ознаками нової моделі.

Список літератури: 1. Белл Д. Грядущее общество. – М., 1999; Гейтс Б. Дорога в будущее. – М., 1996; Иноземцев В.Л. Пределы догоняющего развития. – М., 2000. Тапскотт Д. Электронно-цифровое общество. – К. – М., 1999. 2. <http://uk.wikipedia.org/wiki/> 3. Кастельс М. Информационная эпоха: экономика, общество и культура. / Под ред. О.Н. Шкаратана. – М., 2000.

І.О. Головінова

Т.Ю. Чайка

ОПТИМАЛЬНІ ШЛЯХИ ЗНИЖЕННЯ СОБІВАРТОСТІ ПРОДУКЦІЇ

Постановка проблеми. Собівартість продукції - це один з основних результуючих показників роботи підприємства. Досягнення оптимального рівня витрат має важливе значення, оскільки дає змогу підприємству збільшувати свій прибуток за умови стабілізації цін і підтримувати конкурентоспроможність на ринку. Управління собівартістю на промисловому підприємстві вимагає своєчасного виявлення наявних резервів і наступного дієвого координування різних сторін господарської діяльності підприємства.

Аналіз досліджень і публікацій. Багато як вітчизняних, так і зарубіжних економістів досліджували питання стосовно зниження собівартості продукції. Серед вітчизняних – наукові праці таких вчених, як В.В.Пархоменко, А.Г. Бродін [1], А.А.Філінков [2], А.Д.Леонов [3], О.Орлов, Є. Рясних, К.Ларіонова [4], Г.Партин [5], Н.Постолук [7], В.Романенко, І.Калініченко [8] та інші.

Завданням статті являється дослідження найбільш оптимальних шляхів зниження собівартості продукції на підприємстві.

Собівартість - це економічна категорія, що визначає грошове вираження витрат підприємства на підготовку, виробництво і реалізацію продукції. До неї включаються матеріальні витрати, витрати на оплату праці, відрахування на соціальні потреби, амортизація основних засобів та інші витрати [5].

У собівартості, як узагальнюючому економічному показнику знаходять своє відображення всі сторони діяльності підприємства: ступінь технологічного оснащення виробництва та освоєння технологічних процесів; рівень організації